

أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني

يعتبر من أهم وسائل التواصل الرقمي فعالية، لايوجد شخص تقريبا ليس لديه بريد إلكتروني، ومع انتشار الهواتف الذكية وخاصة الإشعارات إزدادات أهمية رسائل البريد الإلكتروني وإزدادت نسبة قراءة الرسائل الخاصة (إذا أرسلنا الرسالة الصحيحة للشخص الصحيح في الوقت الصحيح)؛

من مميزات التسويق عبر حملات البريد الإلكتروني انخفاض تكلفتها مقارنة بالاعلانات المدفوعة ويجب أن نتذكر هنا أن لاينصح بالقيام بشراء عناوين بريد إلكتروني لأن ذلك غير قانوني وعلى الأرجح قد تكون قائمة قديمة ولاتضم الفئة المستهدفة ومن المرجح أنها قد تنتهي بها المطاف في خانة SPAM ؛

التخطيط لحملات التسويق عبر البريد الإلكتروني:

1- إنشاء قائمة بريدية تحتوي على البريد الإلكتروني الصحيح لأشخاص نعرفهم ونعرف اهتماماتهم وأسباب انضمامهم لهذه القائمة؛

مثلا: قائمة زبائننا الذين تفاعلوا معنا سابقا وزودونا ببيديهم الإلكتروني أو قائمة بريدية تحتوي عناوين الزوار الذين طلبوا أن تصلهم آخر اخبارنا وعروضنا أو الزبائن الذي اشترى منتج معين ونعتقد أنهم مهتمون بشاء منتج جديد؛

2- اختيار النص موضوع الرسالة بشكل مميز بحث يكون مخصص، شخصي، مميز ويثير الاهتمام للمرسل له ويشجعه على فتح الرسالة مع ابراز سبب منطقي ضمن اهتمام المستخدم؛

3- تصميم رسالة بريد إلكتروني مخصصة حسب اسم كل شخص لدينا في القائمة ويمكن عمل ذلك بسهولة عن طريق التطبيقات والمواقع التي تتيح لنا إدارة حملات البريد الإلكتروني مثل أداة MAILCHIMP؛

4- يجب أن يحتوي الرسالة على محتوى يشجع الشخص على التفاعل مع المحتوى كما يجب أن يحتوي التصميم على رسوم وصور ازرار تحفز المستخدم؛

5- ننتظر بضعة أيام ثم نقوم بإعادة إرسال الرسالة لمن لم يفتحها فقط وليس للجميع، وهذه الميزة أيضا موجودة في أداة MAILCHIMP؛

6- نقوم بتتبع نتائج الحملة ونحاول معرفة نسبة الأشخاص الذين فتحو الرسالة ونسبة النقر على الرسالة وأيضا نهتم بعدد المتابعين للرسالة وقرروا ترك القائمة البريدية ونحاول أن لانكرر الأخطاء التي أدت إلى ذلك؛

7- بعد أن تعلمنا من الحملة السابقة نقوم بالتخطيط لحملة جديدة تكون مصممة بشكل أفضل ونأخذ بعين الاعتبار كل الدروس المستفادة من الحملات السابقة؛

8- يجب أن نحرص على عدم ارسال عدد كبير من الرسائل لنفس الشخص بفترة زمنية قصيرة، فيجب أن نرسل رسائل بمقدار مناسب لكل شخص .